

Anna Szopa

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

CHARAKTERYSTYKA MODELI I PLATFORM CROWDFUNDINGOWYCH W POLSCE

CROWDFUNDING MODELS AND PLATFORMS – CASE OF POLAND

W niniejszym rozdziale przedstawiono modele crowdfundingu – ich istotę oraz klasyfikację, a także wyniki badań platform crowdfundingowych działających w Polsce. W tym celu dokonano przeglądu literatury krajowej i zagranicznej, analizy raportów oraz zebranych pierwotnych danych z platform crowdfundingowych. Badanie platform crowdfundingowych działających w Polsce polegało na identyfikacji platform, sklasyfikowaniu ich według modeli (dona-cyjny, inwestycyjny i pożyczkowy), określe-niu, kiedy powstały, kto jest ich właścicielem, a także przeanalizowaniu prowizji, jaką pobierają w zamian za świadczone usługi. W końcowej części rozdziału przed-stawiono tendencje w rozwoju modeli i platform crowdfundingowych.

This chapter presents crowdfunding mod-els – their essence and classification, as well as the results of research on crowdfunding platforms operating in Poland. For this purpose, there was conducted a literature review, reports' analysis. Author also col-lected primary data from crowdfunding platforms. The study of crowdfunding plat-forms led to their picture and classification by model (donation, investment and loan). In the final section of the chapter trends in the development of crowdfunding models and platforms were presented.

Wstęp

Dynamiczny rozwój systemów informatycznych, w tym internetu, wirtualnych płatności oraz ograniczony dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania spowodowały, że coraz więcej podmiotów wyraża zainteresowanie finansowaniem społecznościowym – crowdfundingiem. Według *The Crowdfunding Industry Report* w roku 2014 nastąpił 167-procentowy wzrost na rynku crowdfundingu na świecie i miał on wartość 162 bilionów dolarów. Największy, bo aż 320-procentowy wzrost nastąpił w Azji, 167-procentowy w Ameryce Południowej, 145-procentowy w Ameryce Północnej, 141-pro-

centowy w Europie i 101-procentowy w Afryce¹. Zarówno dynamika rozwoju, jak i złożoność i wielowymiarowość crowdfundingu powodują, że coraz więcej badaczy podejmuje się analizy tego zjawiska. Na uwagę w tym kontekście zasługują modele crowdfundingu, które wyodrębniły się przez lata i wciąż ewoluują. Z tego też powodu w niniejszym rozdziale stawiam sobie za cel pokazanie specyfiki modeli finansowania społecznościowego, klasyfikacji modeli oraz doświadczeń Polski w tym zakresie. Przegląd literatury przedmiotu – krajowej i zagranicznej, analiza raportów oraz zebranych pierwotnych danych pozwolą na dokonanie charakterystyki podziału polskich platform crowdfundingowych ze względu na model, który realizują (donacyjny, pożyczkowy, inwestycyjny), oraz kierunków zmian.

Modele crowdfundingu

Model crowdfundingu to sposób, w jaki realizuje się proces crowdfundingu. Cechą wspólną omawianych modeli jest to, że w zbiórkach może uczestniczyć nieograniczona liczba wspierających, którzy są rozproszeni geograficznie, a transakcji mogą dokonywać bez pośrednictwa, cel zbiórki jest w zasadzie nieograniczony, a jej zasięg globalny². W każdym modelu crowdfundingowym występuje:

- inicjator zbiórki – może to być osoba fizyczna bądź organizacja,
- kapitałodawca – w zależności od modelu donator, inwestor bądź pożyczkodawca,
- platforma crowdfundingowa – medium pomiędzy inicjatorami projektów a osobami lub organizacjami, które projekty finansują. Stwarza możliwość dotarcia do szerokiej grupy pomysłodawców, a uczestniczącym w zbiórce pozwala wesprzeć projekty, nowo powstałe firmy bądź te, które są w fazie rozwoju, a także inicjatywy charytatywne. Platformy mogą być sprofilowane, dedykowane np. kulturze, sztuce, sportowi, zdrowemu trybowi życia etc., większość platform promuje jednak różnorodne projekty. Dzięki nim możliwa jest prezentacja i kontrola przedsięwzięć, zapewnienie systemów płatności, regulowa-

¹ Massolution, *The Crowdfunding Industry Report*, 2015, crowdsourcing.org.

² D. Kordela, *Crowdfunding w Polsce – koncepcja finansowania społecznościowego*, w: *Rachunkowość na rzecz zrównoważonego rozwoju. Gospodarka – etyka – środowisko*, red. D. Dziawgo, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 436, Wrocław 2016, s. 143–153.

nie procesów nagradzania³. Platformy umożliwiają realizację darowizn, pożyczek, inwestycji, dając kapitałodawcy wymierne korzyści⁴. Każdy realizowany na platformie projekt ma swój cel, sprecyzowaną kwotę, którą może osiągnąć, oraz sposoby i rezultaty wydatkowania zebranych funduszy⁵.

W literaturze przedmiotu spotkać można kilka podziałów modeli crowdfundingu. Philipp Haas, Ivo Blohm i Jan Leimeister, biorąc pod uwagę intencje, jakimi kierują się kapitałodawcy, wyróżniają następujące modele⁶:

- altruistyczny – projekty wspierane są ze względu na działanie na korzyść innych, najczęściej to te o charakterze charytatywnym, które nie zakładają gratyfikacji dla donatora; nie określa się również kwoty minimalnej, jaką należy zgromadzić;
- hedonistyczny – donatorzy kierują się użytecznością i celowością finansowanej inicjatywy, dla niektórych motywacją jest przyjemność, jaką im daje wspieranie; w modelu tym mechanizmy finansowania są dość rygorystyczne, gwarantujące niewielkie ryzyko związane z finansowaniem; platformy działają najczęściej według zasady „wszystko albo nic”;
- dla zysku – wspierającymi kieruje chęć uzyskania finansowych korzyści; w modelu tym finansowane są najczęściej start-upy i przedsiębiorstwa w fazie wzrostu. Mechanizmy finansowania są bardzo rygorystyczne, precyzyjnie określające stopę zwrotu inwestycji. W tym modelu określona jest minimalna kwota, jaką należy zainwestować; model działa zgodnie z zasadą „wszystko albo nic”.

Paul Belleflamme, Nessrine Omrani oraz Martin Peitz proponują podział ze względu na to, czy wiąże się on z gratyfikacją dla kapitałodawcy, i wyróżniają crowdfunding bezzwrotny (donacyjny) i zwrotny (inwestycyjny, oparty na nagrodach)⁷. Najczęściej stosowany podział związany jest z korzyściami dla wspierających. Joachim Hemer wyróżnia: przedsprzedaż,

³ D.T. Dziuba, *Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania*, w: *Uwarunkowania zastosowań systemów informatycznych w gospodarce*, [red. W. Chmielarz], Problemy Zarządzania vol. 10, nr 3 (38), Warszawa 2012, s. 83–103.

⁴ M. Gierczak et al., *Crowdfunding Outlining the New Era of Fundraising*, w: *Crowdfunding in Europe State of the Art in Theory and Practice*, ed. by D. Brüntje, O. Gajda, Cham 2015, s. 11–14.

⁵ K. Koziół-Nadolna, *Crowdfunding jako źródło finansowania innowacyjnych projektów*, w: *Ryzyko, zarządzanie, wartość*, [red. D. Zarzecki], Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe i Ubezpieczenia nr 73 (854), Szczecin 2015, s. 671–683.

⁶ P. Haas, I. Blohm, J. Leimeister, *An Empirical Taxonomy of Crowdfunding Intermediaries*, <http://www.crowdinvesting.jura.uni-muenchen.de/dokumente/crowdfundingintermediaries.pdf> [data odczytu: 8.07.2017].

⁷ P. Belleflamme, N. Omrani, M. Peitz, *The Economics of Crowdfunding Platforms*, „Information Economics and Policy” 2015, vol. 33, s. 11–28.

sponsoring, dotacje, kredytowanie, pożyczki, udziały w zyskach oraz składki członkowskie⁸. Podział na model inwestycyjny, pożyczkowy, bonusowy oraz donacyjny proponują w swoich raportach Ethan Mollick⁹, a także organizacja Massolution¹⁰ i Komisja Europejska¹¹. W niniejszym rozdziale zostanie wykorzystana klasyfikacja Dariusza Dziuby, który wyróżnia cztery podstawowe modele i submodele¹²:

- 1) model donacyjny, w tym:
 - model bez nagradzania uczestników,
 - model z nagradzaniem uczestników, zwany też sponsorskim;
- 2) model pożyczkowy, w tym:
 - model mikropożyczek,
 - model pożyczek społecznych;
- 3) model inwestycyjny, w tym:
 - model kolektywnego współfinansowania,
 - model inwestycyjny – funduszu inwestycyjnego,
 - model inwestycyjny – akcyjny;
- 4) modele mieszane.

Model donacyjny (ang. *donation*) dotyczy projektów nienastawionych na zysk i najczęściej z zakresu przemysłów kreatywnych. Model ten może przybierać dwie formy: finansujący nie otrzymuje gratyfikacji (*non-rewards*) bądź zostaje obdarowany (*reward-based*), model ten bywa nazywany również sponsorskim. W systemie tym, co wydaje się oczywiste, wzajemne świadczenia nie są ekwiwalentne, a darczyńcy otrzymują najczęściej upominki w postaci książek, płyt CD, biletów etc. W modelu tym niektóre prezentacje przedsięwzięć zakładają progi finansowe, a rodzaj nagrody jest uzależniony od wpłaconej kwoty.

Model udziałowy, inaczej inwestycyjny (ang. *equity based model/crowd-investment*) – w zależności od modelu inwestor może zyskać udziały w zyskach firmy bądź emitowanych akcjach, istnieje możliwość uzyskania upustów przy zakupie firmy, przewidywane są również nagrody finansowe. Może on być realizowany jako model kolektywnego współfinansowania firm, model funduszu inwestycyjnego oraz jako model akcyjny. Model ten

⁸ J. Hemer, *A Snapshot on Crowdfunding*, Karlsruhe: Fraunhofer ISI, „Working Papers Firms and Region” 2011, no. R2, <http://www.legalefiscle.it/wp-content/uploads/2016/09/StudioCrowdfunding.pdf> [data odczytu: 13.08.2017].

⁹ E. Mollick, *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*, „Journal of Business Venturing” 2014, vol. 29, issue 1, s. 1–16.

¹⁰ Massolution, *The Crowdfunding Industry Report*, 2015, op.cit.

¹¹ European Commission, *Crowdfunding: Mapping EU Markets and Events Study*, September 2015, http://ec.europa.eu/finance/general-policy/docs/crowdfunding/20150930-crowdfunding-study_en.pdf [data odczytu: 12.07.2017].

¹² D.T. Dziuba, op.cit.

jest najczęściej stosowany przez firmy wchodzące na rynek – start-upy, bądź będące we wczesnej fazie rozwoju. W Polsce budzi on wciąż wiele wątpliwości natury prawnej i nawet po wprowadzonych 1 kwietnia 2016 roku zmianach, umożliwiających zdobywanie udziałów w systemie informatycznym¹³, jest mało popularny.

Model pożyczkowy (ang. *lending*) jest najmniej popularnym modelem funkcjonującym na polskim rynku. Polega na udzielaniu pożyczek na różnorodne przedsięwzięcia i stanowi alternatywę dla pożyczek bankowych. Przy tym procedury otrzymania pożyczki są mniej restrykcyjne – m.in. nie wymaga się szczegółowego biznesplanu. W modelu tym wyróżnia się mikropożyczki – niewielkie kwoty oferowane ubogim osobom – oraz pożyczki społeczne (w wyższych kwotach), które są realizowane na zasadach określonych w regulaminach platform.

Model mieszany, inaczej hybrydowy, daje możliwość uczestnictwa we wszystkich wyżej wymienionych modelach i jest to pełny model hybrydowy bądź w wybranej kombinacji modeli – mamy wtedy do czynienia z modelem niepełnym.

Strategie nagradzania

Najbardziej popularnym systemem nagradzania jest „wszystko albo nic”. Oznacza to, że inicjator otrzymuje środki finansowe, jeśli zgromadzi całą sumę założoną w projekcie. Na niektórych platformach stosowane jest rozwiązanie pośrednie – inicjator zbiórki, jeśli nie zgromadzi założonej kwoty po przekroczeniu określonego w regulaminie platformy progu, ma możliwość przedłużenia swojej prezentacji na platformie w celu zgromadzenia całej kwoty. Istnieją też platformy, na których projektodawca otrzymuje finansowanie niezależnie od tego, czy zebrał założoną kwotę; to model nagradzania charakterystyczny dla projektów charytatywnych. O największej popularności pierwszej strategii nagradzania decyduje to, że wiąże się ona z najmniejszym ryzykiem, w drugiej i trzeciej istnieje możliwość, że projekt nie zostanie zrealizowany.

¹³ Kodeks spółek handlowych, art. 180, §2, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=W DU20000941037> [data odczytu: 26.07.2017].

Tabela 1. Platformy crowdfundingowe w Polsce

Lp.	Nazwa platformy	Właściciel	Model finansowania	Rodzaj realizowanych projektów	Rok powstania	Prowizje i opłaty
1.	PolakPotrafi.pl, www.polakpotrafi.pl	Mutual Communications LLC	donacyjny z nagradzaniem uczestników	wszechstronne	2011	9,60%
2.	Wspieramkulturę.pl, www.wspieramkulture.pl	Eger Fundacja	donacyjny z nagradzaniem uczestników	kulturalne	2012	11%
3.	OdpalProjekt.pl, www.odpalprojekt.pl	Beesfund S.A.	donacyjny z nagradzaniem uczestników	wszechstronne	brak danych	wszystko albo nic – 4,9%, bierzesz, ile zbierzesz – 6,9%, prowizje systemów płatności – maksymalnie 2,5%
4.	MegaTotal.pl, www.megatotal.pl	Sfera S.C. K. Franek, A. Pawlak, M. Drożdż	donacyjny z nagradzaniem uczestników	kulturalne	2007	brak prowizji
5.	Wspólnyprojekt.pl, www.wspolnyprojekt.pl	Generis Capital Sp. z o.o.	donacyjny z nagradzaniem uczestników	wszechstronne	brak danych	9,50%
6.	Fans4Club, www.fans4club.com	Fans4Club Sp. z o.o.	donacyjny z nagradzaniem uczestników	sportowe	2014	5%
7.	Fundujesz.pl, www.fundujesz.pl	Akademiczne Słownictwo Edukacji Samorządowej działające przy Uniwersytecie Warszawskim	donacyjny z nagradzaniem uczestników	dedykowane trzeciemu sektorowi	2014	8%

Lp.	Nazwa platformy	Właściciel	Model finansowania	Rodzaj realizowanych projektów	Rok powstania	Prowizje i opłaty
8.	Wspieram.to, https://wspieram.to/	Grupa Crowdfunding Polska	donacyjny z nagradzaniem uczestników	wszechstronne	2013	11%
9.	Stwórz Mistrza, https://stworzministra.pl/	KM-Partners Krzysztof Mytnik	donacyjny z nagradzaniem uczestników	sportowe	brak danych	12,50%
10.	ScienceShip, http://scienceship.com/	Signovis Sp. z o.o.	donacyjny z nagradzaniem uczestników	naukowe	2016	6%
11.	Patronite, https://patronite.pl	Grupa Crowdfunding Polska	donacyjny z nagradzaniem uczestników, subskrypcyjny (patronacki)	twórcze	2016	5%
12.	Minute.me, www.mintu.me	The Sustainers Sp. z o.o.	donacyjny z nagradzaniem uczestników i bez wynagradzania uczestników	prospołeczne i ekologiczne	2013	10%
13.	Zzutka.pl, https://zzutka.pl/	Zzutka.pl Sp. z o.o.	donacyjny z nagradzaniem uczestników i bez wynagradzania uczestników	wszechstronne	2013	0%
14.	Siepomaga.pl, www.siepomaga.pl	Fundacja Siepomaga	donacyjny bez nagradzania uczestników	wszechstronne	2009	0%, ewentualnie darowizna na rzecz Fundacji Siepomaga
15.	Pomagamy.im, https://pomagamy.im/	Grupa Crowdfunding Polska	donacyjny bez nagradzania uczestników	wszechstronne	brak danych	6%
16.	Domore, http://www.domore.pl/	GreenGem Sp. z o.o.	donacyjny bez nagradzania uczestników	wszechstronne	2009	7,40%
17.	FindFunds.pl, https://findfunds.pl	Public Shell Advisory S.A.	udziałowy	wszechstronne	2012	brak danych

Lp.	Nazwa platformy	Właściciel	Model finansowania	Rodzaj realizowanych projektów	Rok powstania	Prowizje i opłaty
18.	Beesfund, www.beesfund.com	Beesfund S.A.	udziałowy	wszechstronne z wyłączeniem charytatywnych	2012	9,40%
19.	Wspólnicy.pl, www.wspolnicy.pl	Genesis Capital Sp. z o.o.	udziałowy	wszechstronne	brak danych	350 zł plus 7%
20.	Crowdangels.pl, www.crowdangels.pl	Crowdfunding Sp. z o.o.	udziałowy	wszechstronne	2014	6% zebranej kwoty oraz prowizje od wpłaty: w zależności od operatora
21.	Kokos.pl	Spółka Blue Media S.A.	pożyczkowy	wszechstronne	2008	prowizja oraz oprocentowanie pożyczki 10% w skali roku
22.	Finansowo.pl	Finansowo Sp. z o.o.	pożyczkowy	wszechstronne	2011	zawarcie umowy 2–4% oraz dodatkowe opłaty
23.	Sekrata.pl	Sekrata Sp. z o.o.	pożyczkowy	wszechstronne	2011	prowizja za udzielenie pożyczki 1% wartości pożyczki, oprocentowanie pożyczki 10% oraz opłaty dodatkowe
24.	Zakra.pl	Zakra Corp Sp. z o.o.	pożyczkowy	wszechstronne	2010	prowizja za udzielenie pożyczki 5%, oprocentowanie stopa lombardowa x 4

Źródło: opracowanie własne.

Platformy crowdfundingowe w Polsce

Pierwsza platforma crowdfundingowa MegaTotal.pl powstała w roku 2007, jednak prawdziwy rozkwit tego procesu w Polsce notuje się na lata 2011–2013. Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 1, właścicielami platform są zarówno polscy, jak i zagraniczni inwestorzy, właścicielem aż czterech platform (Wspieram.to, Pomagam.im, Patronite oraz Fans4Club) jest Grupa Crowdfunding Polska. W Polsce działają platformy w modelu donacyjnym, udziałowym oraz pożyczkowym.

Model donacyjny

Obecnie w Polsce działa najwięcej platform w modelu donacyjnym. Dzięki nim możliwe jest wsparcie zarówno różnorodnych (dotyczy to większości platform w modelu donacyjnym), jak i sprofilowanych przedsięwzięć: kulturalnych (Wspieramkulture.pl, MegaTotal.pl), sportowych (Stwórz Mistrza, Fans4Club), naukowych (ScienceShip), ekologicznych (Minute.me); jedna z platform – Fundujesz.pl – zakłada wsparcie wyłącznie dla organizacji trzeciego sektora. Większość platform zakłada nagradzanie w zamian za wsparcie (*reward-based*), według modelu bez wynagradzania (*non reward-based*) działają głównie platformy realizujące działalność charytatywną (Siepomaga.pl, Pomagam.im, Domore). Niemal wszystkie działają zgodnie z zasadą „wszystko albo nic”. Wyjątek stanowi platforma Mintu.me, która zakłada 80% próg, przy założeniu, że projekt zostanie zrealizowany w niezmienionej formie, przy mniejszym wsparciu finansowym. Natomiast platforma OdpalProjekt.pl proponuje możliwość zbiórki w formule „bierzesz, ile zbierzesz”. Prowizje na platformach wynoszą od 0% (Siepomaga.pl, Zrzutka.pl) do nawet 12,5% (Stwórz Mistrza). Niektóre platformy wypracowały interesujące rozwiązania mające na celu podniesienie jakości ich usług. Wspieramkulture.pl korzysta ze wsparcia patronów – instytucji, osób o znaczącym dorobku w zakresie działań kulturalnych, medialnych. Patroni rekomendują wybrane przez siebie projekty, zwiększając tym samym szanse na ich sfinansowanie, a platforma Wspieram.to daje użytkownikom możliwość opiniowania i proponowania udoskonaleń w projektach. Na największej platformie crowdfundingowej w Polsce zrealizowano dotychczas 3159 projektów wspartych przez 196 535 użytkowników na kwotę 1 889 135¹⁴.

¹⁴ PolakPotrafi.pl (2016), <https://polakpotrafi.pl/> [data odczytu: 6.09.2017].

Model udziałowy

Polskie platformy o charakterze udziałowym nie zawężają zakresu wspieranych przedsięwzięć do specyficznych kategorii, realizowane są na nich innowacyjne projekty. Jedynie platforma Beesfund wyłącza realizację działań charytatywnych. Ze względu na model crowdfundingu wymagane jest, aby użytkownicy portalu posiadali osobowość prawną. W przypadku platformy Wspólnicy.pl formą prawną konieczną do przeprowadzenia kampanii jest spółka kapitałowa, z kolei dla FindFunds.pl – spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Inwestorami na platformach mogą zostać zarówno osoby fizyczne, jak i prawne. Jak w przypadku większości modeli crowdfundingowych platformy bazujące na modelu udziałowym działają zgodnie z zasadą „wszystko albo nic” – wymaga się sprzedaży wszystkich emitowanych papierów wartościowych, a inwestorom w przypadku nieosiągnięcia celu finansowego zwracane są środki finansowe. Jedynie Beesfund oferuje zbiorckę *flexible funding*, oznacza to, że projektodawca może wykorzystać zainwestowane środki, nawet jeśli jego projekt nie został sfinansowany w 100%. Z kolei na platformie Wspólnicy.pl, w sytuacji kiedy zostanie sprzedane co najmniej 80% udziałów, użytkownicy otrzymują możliwość przedłużenia terminu trwania kampanii o kolejnych 14 dni celem sprzedaży wszystkich wyemitowanych papierów wartościowych. Platformy różni również czas trwania kampanii. Najdłużej, bo aż do 180 dni, mogą trwać kampanie na platformie Crowdangels.pl, do 90 dni na platformach FindFunds.pl oraz Beesfund, najkrótsze kampanie zakłada platforma Wspieram.to – do 60 dni. Prowizje i opłaty na omawianych platformach wahają się od 6 do 10%. Warto podkreślić, że omawiane platformy oferują usługi służebne mające na celu dodatkowe wsparcie dla realizowanych, i tak np. platforma Beesfund proponuje pomoc w zakresie zakładania spółki, emisji papierów wartościowych, obsługi prawnej etc., a Crowdangels.pl oferuje narzędzia technologiczne mające na celu promocję i wprowadzanie na rynek nowego produktu bądź usługi.

Model pożyczkowy

Na polskich platformach w modelu pożyczkowym realizowane są głównie pożyczki dla małych i średnich przedsiębiorstw. Pierwsza platforma Kokos.pl powstała w 2008 roku. Po tym czasie z roku na rok sukcesywnie przybywało platform. W roku 2016 i 2017 powstało aż sześć nowych platform

(eMonero.pl, Kalkulacje.pl, Lorak.pl, Mintos.com.pl, PaydayMansion.pl, Rockefeller.com.pl oraz Syngrapha.pl). I choć platformy w porównaniu z sektorem bankowym oferują mniej sformalizowany dostęp do kapitału, proponowane przez nie usługi nie są popularne.

Podsumowanie

Crowdfunding w Polsce w porównaniu z innymi krajami Europy nie jest zjawiskiem powszechnym. Według raportu European Alternative Finance Industry Report pod względem szacunkowej wartości inwestycji – 10 mln euro Polska zajmuje dziewiąte miejsce wśród krajów europejskich, po Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Hiszpanii, Holandii, Belgii, Estonii oraz Włoszech, a pod względem wartości w przeliczeniu na jednego mieszkańca (0,25 euro *per capita*) – na pozycji dwudziestej¹⁵.

Choć nadal dominujący w Polsce jest model donacyjny, coraz większego znaczenia zaczynają nabierać platformy funkcjonujące w modelu inwestycyjnym i pożyczkowym. Taki trend zachodzi już w krajach, gdzie zjawisko crowdfundingu jest powszechne – według *The Crowdfunding Industry Report* w 2014 roku platformy pożyczkowe stanowiły 68,3% wszystkich platform crowdfundingowych, na rok 2015 przewidywany był zaś wzrost ich wartości o 125%¹⁶. Z przeprowadzonego badania wynika, że proces crowdfundingu w Polsce jest stosunkowo mało stabilny: obok wielu nowo powstałych platform są i takie, które w ostatnich latach upadły bądź są w fazie schyłku (Crowdcube.pl, Ideowi.pl). Przyczyn takiej sytuacji należy upatrywać w nieustabilizowanych wciąż uwarunkowaniach prawnych i fiskalnych, wciąż jednak ograniczonym dostępie do narzędzi ISC, braku zaufania do alternatywnych form finansowania, a także braku świadomości na temat istoty crowdfundingu.

Zakłada się, że modele finansowania społecznościowego będą ewoluowały, tworząc nowe możliwości zarówno dla poszukujących kapitału, jak i kapitałodawców. Bardziej powszechne stanie się zjawisko współpracy platform crowdfundingowych z innymi podmiotami rynku. W Polsce już nastąpił ten proces, przykładem jest porozumienie podpisane w czerwcu 2017

¹⁵ B. Zhang et al., *Sustaining Momentum: The 2nd European Alternative Finance Industry Report*, September 2016, University of Cambridge, https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf [data odczytu: 20.08.2017].

¹⁶ Massolution, *The Crowdfunding Industry Report*, 2015, op.cit.

roku pomiędzy Giełdą Papierów Wartościowych SA a platformą Beesfund mające na celu stworzenie wspólnej platformy promującej polskie start-upy. Obiecujące jest powstanie platformy ScienceShip przeznaczonej dla naukowców. Ma ona na celu wsparcie społeczności, w szczególności młodych badaczy, w procesie komercjalizacji wiedzy i technologii. Platforma nie tylko wspiera proces finansowania, ale stanowi także istotny w dzisiejszych czasach pomost pomiędzy światem nauki i biznesu, dzięki niej możliwa jest prezentacja osiągnięć polskiej nauki, a partnerzy platformy, tacy jak m.in. Klaster Badań, Rozwoju i Innowacji, Fundacja Rozwoju Nauki i Biznesu w obszarze Nauk Medycznych i Ścisłych, Science Legal czy Science PR, tworząc Akademię ScienceShip, wspierają merytorycznie i organizacyjnie innowacyjne projekty¹⁷. Należy mieć nadzieję, że rozwój procesów zorientowanych na wsparcie przedsiębiorczości i innowacyjności, a także modyfikacje w przepisach prawnych i fiskalnych spowodują wzrost zainteresowania tym zjawiskiem w Polsce, w szczególności ukierunkowanym na niszowe niedofinansowane sektory.

Bibliografia

- Belleflamme P., Omrani N., Peitz M., *The Economics of Crowdfunding Platforms*, „Information Economics and Policy” 2015, vol. 33, s. 11–28.
- Dziuba D.T., *Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania*, w: *Uwarunkowania zastosowań systemów informatycznych w gospodarce*, [red. W. Chmielarz], Problemy Zarządzania vol. 10, nr 3 (38), Warszawa 2012, s. 83–103.
- European Commission, *Crowdfunding: Mapping EU Markets and Events Study*, September 2015, http://ec.europa.eu/finance/general-policy/docs/crowdfunding/2015_0930-crowdfunding-study_en.pdf.
- Gierczak M. et al., *Crowdfunding Outlining the New Era of Fundraising*, w: *Crowdfunding in Europe State of the Art in Theory and Practice*, ed. by D. Brüntje, O. Gajda, Cham 2015, s. 11–14.
- Haas P., Blohm I., Leimeister J., *An Empirical Taxonomy of Crowdfunding Intermediaries*, <http://www.crowdinvesting.jura.uni-muenchen.de/dokumente/crowdfundingintermediaries.pdf>.
- Hemer J., *A Snapshot on Crowdfunding*, Karlsruhe: Fraunhofer ISI, „Working Papers Firms and Region” 2011, no. R2, <http://www.legalefiscle.it/wp-content/uploads/2016/09/StudioCrowdfunding.pdf>.
- Kordela D., *Crowdfunding w Polsce – koncepcja finansowania społecznościowego*, w: *Rachunkowość na rzecz zrównoważonego rozwoju. Gospodarka – etyka – środowisko*, red. D. Dziawgo, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 436, Wrocław 2016, s. 143–153.

¹⁷ ScienceShip (2016), <http://scienceship.com> [data odczytu: 6.09.2017].

Kozioł-Nadolna K., *Crowdfunding jako źródło finansowania innowacyjnych projektów*, w: *Ryzyko, zarządzanie, wartość*, [red. D. Zarzecki], Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe i Ubezpieczenia nr 73 (854), Szczecin 2015, s. 671–683.

Massolution, *The Crowdfunding Industry Report*, 2015, crowdsourcing.org.

Mollick E., *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*, „Journal of Business Venturing” 2014, vol. 29, issue 1, s. 1–16.

Zhang B. et al., *Sustaining Momentum: The 2nd European Alternative Finance Industry Report*, September 2016, University of Cambridge, https://www.jbs.cam.ac.uk/file-admin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf.

Akty prawne

Kodeks spółek handlowych, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=W DU20000941037>.

Strony internetowe

Beesfund, www.beesfund.com
Crowdangels.pl, www.crowdangels.pl
Domore, <http://www.domore.pl/>
Fans4Club, www.fans4club.com
Finansowo.pl, <https://www.finansowo.pl/>
FindFunds.pl, <https://findfunds.pl>
Fundujesz.pl, www.fundujesz.pl
Kokos.pl, <https://kokos.pl>
MegaTotal.pl, www.megatotal.pl
Minute.me, www.mintu.me
OdpalProjekt.pl, www.odpalprojekt.pl
Patronite, <https://patronite.pl>
PolakPotrafi.pl, www.polakpotrafi.pl
Pomagamy.im, <https://pomagamy.im/>
ScienceShip, <http://scienceship.com/>
Skrata.pl, <https://www.sekrata.pl/>
Siepomaga.pl, <https://www.siepomaga.pl/>
Stwórz Mistrza, <https://stworzmistrza.pl/>
Wspieram.to, <https://wspieram.to/>
Wspieramkulture.pl, www.wspieramkulture.pl
Wspólnicy.pl, www.wspolnicy.pl
Wspólnyprojekt.pl, www.wspolnyprojekt.pl
Zakra.pl, <https://zakra.pl>
Zrzutka.pl, <https://zrzutka.pl/>